

Wrocław, dnia 5 października 2018 r.

Dot.: PN/2/2018

W odpowiedzi na zapytania dotyczące przetargu nieograniczonego pn. „Przygotowanie i realizacja ogólnopolskiej kampanii promocyjnej w Internecie i w mediach społecznościowych w ramach realizacji projektu pn. Promocja wybranych gmin Wrocławskiego Obszaru Funkcjonalnego w kraju i za granicą jako obszaru atrakcyjnego pod względem gospodarczym i inwestycyjnym” organizowanego przez Agencję Rozwoju Aglomeracji Wrocławskiej S.A. z siedzibą we Wrocławiu (50-062), pl. Solny 14, dla której Sąd Rejonowy dla Wrocławia-Fabrycznej we Wrocławiu VI Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sadowego prowadzi akta rejestrowe pod numerem KRS 0000248319, NIP: 897-171-03-46, REGON: 020204230, kapitał zakładowy w wysokości 26.190.990,00 PLN, wpłacony w całości (zwana dalej „Zamawiającym”), Zarząd Zamawiającego wskazuje pytania dotyczące zamówienia, które do dnia dzisiejszego Zamawiający otrzymał, wraz z udzieleniem odpowiedzi:

1. Pytanie nr 21

Czy w zadeklarowany okres w kryterium „data wykonania materiałów reklamowych oraz rozpoczęcia kampanii” wliczane są dni akceptacji materiałów przez Zamawiającego (opisane we wzorze Umowy, par 7.2 i 7.3)? Czy to oznacza, że w hipotetycznej sytuacji, jeśli Umowa podpisana zostanie np. w czwartek, Wykonawca dostarczy materiały w piątek (1 dzień), Zamawiający odniesie się do nich w kolejny piątek zgłaszając uwagi (5 dni roboczych = 7 kalendarzowych), które będą uzgadniane kolejne 3 dni robocze do środy (5 kalendarzowych), w czwartek otrzyma je Zamawiający (1 dzień), to w tej sytuacji z przyczyn niezależnych od Wykonawcy (decyzja Zamawiającego, że materiał nie odpowiada jego potrzebom, wykorzystanie maksymalnych terminów akceptacji przez Zamawiającego) cały proces trwa już 14 dni kalendarzowych i Wykonawca nie ma możliwości realizacji deklaracji 0-12 dni, a w przypadku dalszego zastosowania par. 7.2 wzoru Umowy na akceptację poprawionych materiałów mija kolejne 5 dni roboczych (7 dni kalendarzowych) oraz Wykonawca definiuje kampanię w ciągu kolejnego dnia (1 dzień) nie ma możliwości zrealizowania żadnej z deklaracji, bo suma dni kalendarzowych to 22 dni? Podajemy hipotetyczną sytuację, która może się jeszcze wydłużyć z powodu opóźnień wykonania zdjęć (zła pogoda) i przyjęcia dla powyższej sytuacji nierealnie krótkich (jednodniowych) terminów przygotowywania zdjęć, kreacji, poprawek, zdefiniowania i startu kampanii (gdyby na każdy przyjęć bardziej realne 2-dniowe terminy mówimy już o 26 dniach kalendarzowych!). Jak Wykonawca ma zatem ustosunkować się do tego kryterium?

Odpowiedź:

Kryterium „data wykonania materiałów reklamowych oraz rozpoczęcia kampanii” zostało opisane w pkt XVI Ad. 3 Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia. Wykonawca powinien przygotować ofertę w taki sposób, aby mógł zrealizować zamówienie w terminie wskazanym w ofercie. Jeżeli Wykonawca zastrzeże krótki termin wykonania materiałów reklamowych oraz rozpoczęcia kampanii to zobowiązany będzie wykonać przedmiot Umowy przy uwzględnieniu postanowień wskazanych w Umowie. Zamawiający wskazuje, iż terminy wskazane w Umowie są terminami ściśle obowiązującymi. Mając to na uwadze, Zamawiający zaleca staranne przygotowanie ofert, w szczególności w zakresie powyższego kryterium. Jednocześnie Zamawiający wskazuje, że jego intencją jest szybkie i sprawne uruchomienie kampanii.

2. Pytanie nr 22

Chciałabym zapytać w którym miejscu w formularzu ofertowym należy wpisać koszt uwzględniający wykonanie materiałów graficznych i fotografii dla każdej gminy i Wrocławia z WrOF?

Odpowiedź:

Formularz nie zawiera osobnego pola na wpisanie kwot dotyczących powyższych elementów, natomiast Zamawiający w dokumentacji przetargowej określił, iż wszystkie koszty związane bezpośrednio z Wykonawcą a nie związane z zakupem mediów powinny zostać uwzględnione w polu prowizja. Kwota za wykonanie materiałów graficznych i fotografii powinna być zatem uwzględniona w kwotach prowizji podawanych przy danych kanałach promocji.

3. Pytanie nr 23

Czy na grafikach w ofercie muszą znaleźć się wszystkie wymagane logotypy, czy mają to być grafiki poglądowe przedstawiające zarys koncepcji?

Odpowiedź:

Grafiki poglądowe przedstawiające zarys koncepcji.

4. Pytanie nr 24

Co należy wpisać w tabelce Opcje dodatkowe (kanały do zamiany w ramach tej samej kwoty budżetu)? Czy ta tabelka jest opcjonalna czy obligatoryjna?

Odpowiedź:

Tabelka jest opcjonalna



Agencja Rozwoju Aglomeracji Wrocławskiej
Wrocław Agglomeration Development Agency

pl. Solny 14
50-062 Wrocław

araw@araw.pl
www.araw.pl

tel. + 48 71 783 53 10
fax + 48 71 783 53 11

5. Pytanie nr 25

W jaki sposób będzie odbywać się raportowanie? W jaki sposób Zamawiający zweryfikuje ilość zrealizowanych klików w ramach poszczególnych kanałów komunikacji?

Odpowiedź:

Zamawiający zachowuje sobie prawo do wezwania Wykonawcy do przedstawienia raportów oraz wycen pochodzących z danych sieci reklamowych w celu potwierdzenia stawek oraz ilości klików wygenerowanych przez dane sieci reklamowe.

6. Pytanie nr 26

Co dokładnie należy rozumieć przez "ostateczną obróbkę zdjęć"?

Odpowiedź:

Przykładowo: nasycenie kolorów, podniesienie kontrastu, wyrównanie ekspozycji, usunięcie elementów przeszkadzających w odbiorze zdjęcia.

7. Pytanie nr 27

Do przygotowania banerów reklamowych mamy pełną dowolność w ustaleniu ilości linii kreacyjnych dla każdej grupy docelowej czy są jakieś wytyczne?

Odpowiedź:

Materiały graficzne powinny swoją linią graficzną nawiązywać do stron docelowych, do których ma nastąpić przekierowanie. Na etapie realizacji umowy, Zamawiający przekaże materiały.